UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

SEGMENTACIÓN

NOMBRE: MaribeL Mullo

CÓDIGO: 00102712

ADIDAS, Campaña "Here Create"

COMERCIAL: https://www.youtube.com/watch?v=g971aorJa6U

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA:

Edad: Está dirigida a mujeres de 25 a 35 años.

Género: Femenino

Estatus social: Está dirigido a mujeres de clase media alta y alta, que realizan entrenamiento físico de alta intensidad denominado "Trainig".

SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA:

Estilo de vida: Dedicado a aquellas personas que les gusta realizar deporte extremo. Está relacionado a personas con un estilo de vida saludable ya que las personas cada vez se ven motivados o muestran un interés por mantener su salud a través del deporte.

VALS: Autoexpresión motivados ya que ellos les gusta hacer deporte y asumir riesgos. Puede ser también Creyentes ya que son personas que compran productos y marcas establecidas, es decir que sus clientes conocen de la marca y los beneficios que esta le brinda. Les da seguridad al realizar un deporte.

Personalidad: La marca utiliza a personalidades famosas de redes sociales y de esta manera influye en diferentes personalidades que están expuestos de manera consecuente a la marca. En general puedo acotar que está dirigido a emprendedores es decir a aquellas personas enérgicas que disfrutan vivir al límite.

SEGMENTACIÓN DE COMPORTAMIENTO

Compra: Dirigido a mujeres que quieren romper sus propios limite. Reconoce que tiene una necesidad, se informa del producto para tomar una decisión de comprarla

ya que de ello depende que pueda alcanzar su objetivo. Los clientes no se fijan mucho en el precio ya que saben la calidad de su producto.

Uso: Es para aquellas personas que quieren experimentar algo diferente al realizar algún deporte con el uso de su zapatilla. En la campaña de Creativity utiliza a celebridades que se han destacado en el área deportiva en diferentes disciplinas y de esta manera motivar a las personas para que consuman su producto ya que solo así se logrará el objetivo.

¿Cambiaría algo del anuncio?

No modificaría el comercial ya que está bien ejecutado y es creativo. El comercial nos indica que al utilizar sus zapatillas se puede realizar diferentes deportes. Cambiaría el comercial si estuviera dirigido a un solo deporte y lo diversificaría a más disciplinas deportivas. En el comercial se puede observar que con la consistencia en la repetición de los ejercicios se puede llegar al objetivo, sin dejar de lado la creatividad que es algo importante. Al menos esto considera Adidas. Pienso que este comercial es muy persuasivo por la influencia de personajes famosos por consiguiente se puede apreciar que es una buena estrategia de marketing adoptada por la empresa.